

Sito che vai, vino (italiano) che trovi

L'offerta nei portali della Gdo al centro dell'ultima analisi di QBERG. Che evidenzia una presenza "schiacciante" di etichette Doc, Docg e Igt del Bel Paese rispetto ai prodotti esteri. Fanno eccezione solo i francesi, soprattutto di fascia alta.

Offerte promozionali sui siti della Grande distribuzione organizzata al centro delle ultime rilevazioni di QBERG, istituto italiano di ricerca leader nei servizi di price intelligence e di analisi delle strategie assortimentali cross canale. È che in questo caso si concentra sui portali web delle insegne italiane e analizza, nel dettaglio, numero di marche e referenze uniche, quote display, quote per fascia di prezzo e i top 5 vitigni per prezzo medio dei vini italiani Doc/Docg/Igt, dei vini francesi e dei vini di altri Paesi: Portogallo, Spagna, Argentina, Cile, California e Australia.

Dall'analisi della Quota display emerge che i vitigni italiani sono in assoluto i più esposti sugli scaffali virtuali della Gdo, per una quota del 19% circa contro l'1% dei vini di altri Paesi. "In altre parole", spiegano gli analisti di QBERG, "su 20 bottiglie esposte online dalla Gdo, solo 1 è quella di altri Paesi e le altre sono dei cinque vitigni italiani più esposti in assoluto. Al contrario i vini francesi vantano una presenza forte nella fascia alta di prezzo (10-40 euro), entrando in competizione con un numero relativamente ristretto di vitigni italiani (Brunello, Amarone, Barolo, Sauvignon e Gewuerztraminer)". Marginale, invece, la concorrenza tra i vitigni italiani e i vini di altri Paesi nella fascia bassa/medio-bassa di prezzo.

L'analisi di QBERG

Con 827 marche e oltre 3.100 referenze uniche, i vini italiani Doc/Docg/Igt hanno un'offerta considerevole all'interno dei siti della Grande distribuzione. Lo stesso discorso non vale invece per i vini esteri, ai quali, come sottolinea l'istituto di ricerca, è relegato un ruolo "marginale" con 13 marche e 25 referenze uniche. Fanno eccezione i vini francesi che - con 32 marche e 49 referenze uniche - godono di una rappre-

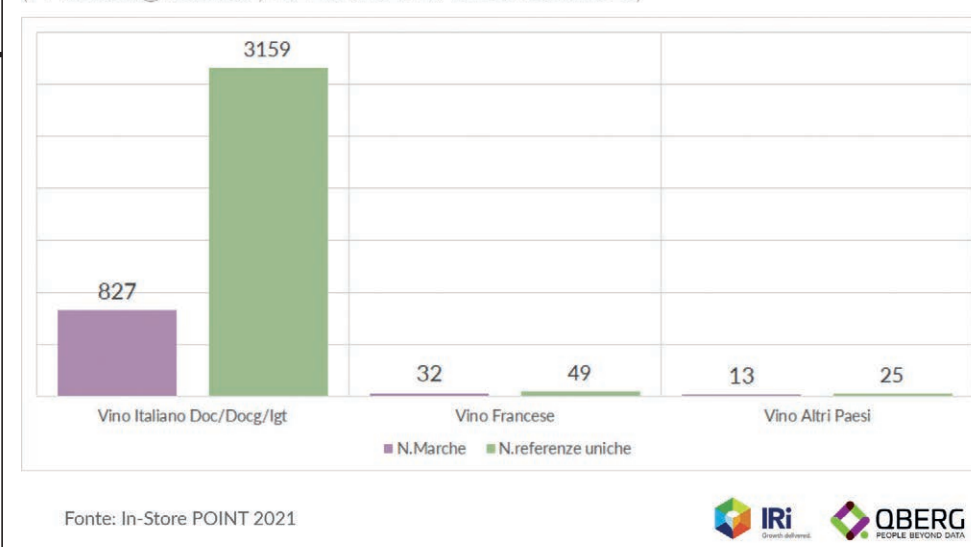
senza abbastanza significativa.

L'analisi delle Quote display web mostra un notevole vantaggio espositivo per il vino italiano Doc/Docg/Igt rispetto a quello estero, con una quota del 97,5% rispetto all'1,6% del vino francese e all'1% del vino proveniente da altri Paesi. La Quota valore dei vini - vale a dire la quota che si ottiene sommando i prezzi delle referenze rilevate rispetto alla somma totale dei prezzi dello scaffale - evidenzia tuttavia che nel confronto fra la Quota valore e la Quota a display i vini Italiani (97,3%) e quelli di altri Paesi (0,7%) perdono alcuni decimali, mentre i vini francesi, al contrario, vedono crescere la loro Quota valore (2,0%) rispetto a quella Display (1,6%). "Andamento che fa ipotizzare che, sia i vini francesi che quelli di altri Paesi, stiano adottando strategie di penetrazione nel mercato italiano dei vini della Gdo differenti", spiega QBERG.

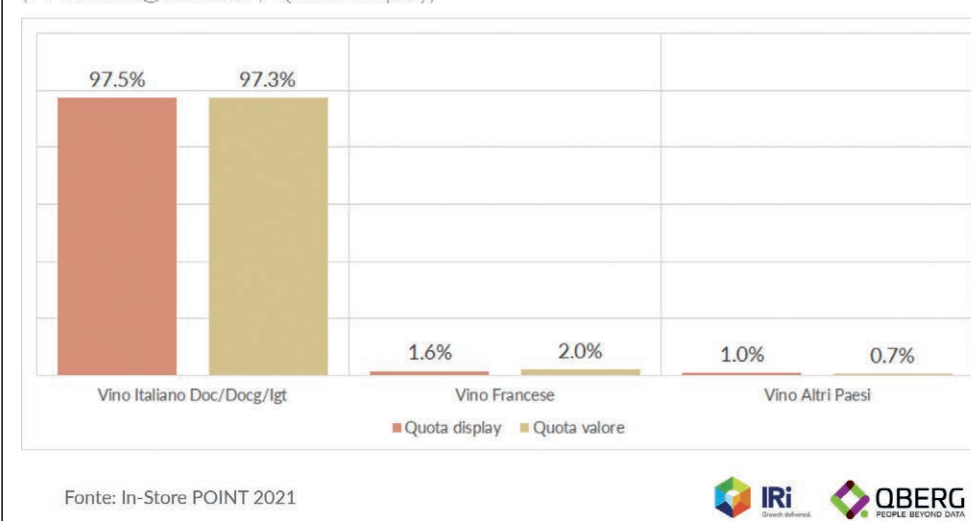
Nonostante la schiacciante presenza dei vini italiani nella Quota display totale (in nessuna delle cinque fasce di prezzo analizzate scende al di sotto del 96,7%), la Quota display per fascia prezzo mostra evidenti targetizzazioni da parte dei vini esteri. In particolare: fascia di prezzo alta per i vini francesi, con Quote display minime nelle fasce di prezzo sotto i 10 euro ma che salgono al 3,2% nella fascia 10-20 euro e al 3% nella fascia 20-40 euro; e fascia di prezzo bassa per i vini di altri Paesi, con una Quota display dell'1,3% nella fascia 0-5 euro e dell'1% fra 5 e 10 euro. Questa sottocategoria di vini è sostanzialmente assente nelle fasce di prezzo superiori a 10 euro.

Infine, nella 'top 5' dei vitigni per prezzo medio, la Quota display dei cinque vitigni italiani più costosi (10-40 euro) raggiunge circa il 6,7%, rispetto al 3% circa dei vini francesi nella stessa fascia prezzo.

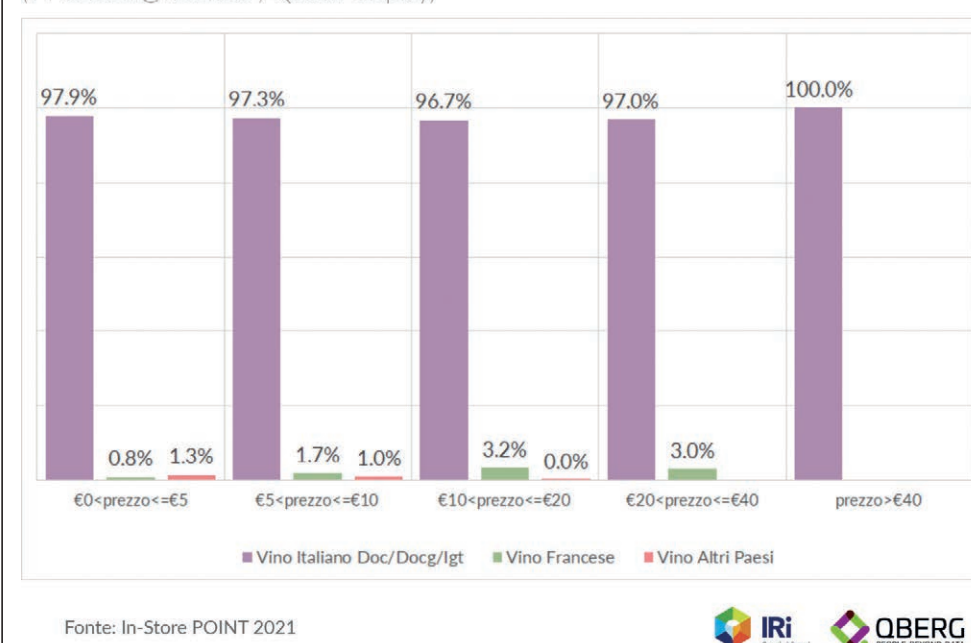
Assortimenti e-commerce delle Sottocategorie del Vino (YTD2021@week23 ; N. Marche e N. referenze uniche)



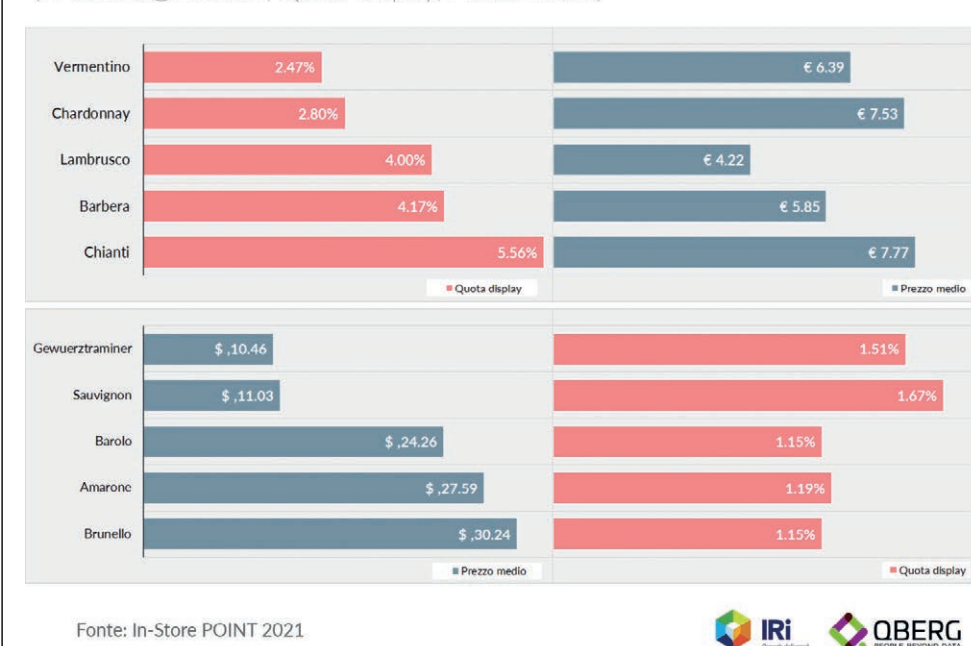
Quota Display WEB delle Sottocategorie del Vino (YTD2021@week23 ; Quota Display)



Quota Display WEB delle Sottocategorie del Vino per Fascia prezzo (YTD2021@week23 ; Quota Display)



Top5 Vitigni per visibilità/ Top5 Vitigni per Prezzo medio (YTD2021@week23 ; Quota Display; Prezzo medio)



Una delle vette produttive e quantitative della tradizione vinicola italiana: questo è il Veneto, da molti anni. Tuttavia, sarebbe un errore non considerarne anche i picchi qualitativi. Per esempio, l'Amarone della Valpolicella, oggi meritatamente Docg: a tedeschi, americani e, perché no, italiani, questo nome provoca più d'un fremito. Questo rosso, prodotto per appassimento delle classiche uve veronesi corvina, corvinone e rondinella, ha il suo teatro ideale non solo nella zona classica della Valpolicella, ma anche nelle vicine Valpantena e val d'Illasi. Del pantheon dell'Amarone fanno certamente parte bottiglie che sono territorio di caccia di grandi ristoranti ed enoteche di pregio, coi loro prezzi che le rendono quasi esclusiva preda di persone facoltose o di finissimi intenditori alla ricerca della 'bottiglia da fine del mondo'. Ciononostante, col tempo la denominazione si è arricchita di nomi che producono etichette più abbordabili, vendute anche nel circuito della grande distribuzione e capaci di offrire all'appassionato le sensazioni più tipiche di questo vino, senza costringerlo ad accendere un mutuo.

Sempre nei dintorni di Verona, l'altro nome da cui non si può scappare è quello del Soave. L'espressione più illustre del vitigno garganega, al quale può comunque essere aggiunto il più tradizionale chardonnay, il pinot bianco o il trebbiano di Soave, ma senza mai superare un certo limite, è uno dei simboli del vino bian-

co veneto. Diversamente dall'Amarone, il panorama di prezzi e offerta è certamente più calibrato sulle capacità d'acquisto del consumatore medio, e difatti in grande distribuzione il Soave si vede (e vende) da sempre, con immutato successo. L'evoluzione del lavoro di certe cantine, comunque, ha portato a un innalzamento del livello qualitativo quasi ovunque, e tale per cui comprare un Soave al supermercato, oggi, non è certo una scelta di ripiego.

Però il Veneto degli ultimi anni è soprattutto quello del Prosecco e di tutti i suoi cugini. Il vino da uva gle- ra oggi furoreggia soprattutto nella versione spumante: può essere il Conegliano-Valdobbiadene Docg, l'Asolo Docg (la denominazione più piccola), oppure il Prosecco Doc, che viene prodotto in un'area che arriva a comprendere anche parte del Friuli, e che contempla la tipologia Rosé, introdotta l'anno scorso, molto discussa, ma rivelatasi un indubbio successo commerciale. Del resto, tutte le denominazioni del Prosecco, malgrado la crisi Covid, hanno dimostrato di essere in ottimo stato di salute sotto questo aspetto.

Per cambiare completamente genere e zona, si può andare a sud di Vicenza, sui cosiddetti 'Monti Berici', che ospitano la Doc Colli Berici: in essa, la parte del leone è recitata da uvaggi rossi a base di cabernet franc, cabernet sauvignon e merlot, che vedono la tradizionale carica erbacea (quasi 'firma' dei Cabernet veneti) domata e resa docile da produttori abili e aperti al gusto moderno.